

Lingue e Linguaggi
Lingue Linguaggi 25 (2018), 145-172
ISSN 2239-0367, e-ISSN 2239-0359
DOI 10.1285/i22390359v25p145
<http://siba-ese.unisalento.it>, © 2018 Università del Salento
This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/)

ESPAÑOL E ITALIANO EN EL PAISAJE LINGÜÍSTICO DE MILÁN

¿Traducción, mediación o *translanguaging*?

MARIA VITTORIA CALVI
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Abstract – Taking as a starting point the well-known definition of Linguistic Landscape (LL) (Landry and Bourhis 1997), this paper aims at proposing a model to describe the relationship between the different languages used in the LL units which can be observed in immigration contexts. After a brief overview of Latin American immigration in Milan and a review of the different approaches in this field of research, a theoretical and methodological framework will be set up, combining different perspectives, from discourse analysis, critical sociolinguistics of globalization and social constructivism. Subsequently, the photographic data which constitutes the basis of a research project on the Milanese LL will be presented, describing the methodological approach used in collecting and analysing data. Finally, the model concerning the management of multilingualism in LL will be outlined and some examples will be discussed, in order to demonstrate its sustainability and to highlight the actors' metapragmatic awareness (Caffi 2017). As it will be illustrated, the main modalities used to manage the contact between Italian and Spanish are translanguaging, hybridization, translation and mediation; some monolingual items in Spanish will also be considered.

Keywords: Linguistic Landscape; Spanish and Italian; Spanish American immigration; sociolinguistics of globalization; translanguaging.

1. Introducción

La definición más conocida y citada de Paisaje Lingüístico (en adelante, PL) es la que ofrecieron Landry y Bourhis en su estudio pionero de 1997:

The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration. The linguistic landscape of a territory can serve two basic functions: an informational function and a symbolic function". (Landry, Bourhis 1997, p. 25)

Estas palabras proporcionaron el marco científico para el estudio de un fenómeno que, en realidad, existe desde la antigüedad (baste pensar, entre otros muchos ejemplos, en las inscripciones de carácter político que todavía podemos leer en los muros de la ciudad de Pompeya), es decir, el uso de la lengua escrita dentro del espacio público, con diferentes funciones informativas, simbólicas y pragmáticas.

El estudio sistemático de dichos mensajes lingüísticos, agrupados bajo la etiqueta de PL, se vio impulsado por la necesidad de evaluar, sobre todo en las zonas bilingües, el respectivo impacto y vitalidad de las lenguas en contacto, con el propósito de influir en las políticas lingüísticas. Con el paso del tiempo, y en el marco de fenómenos generales como la globalización, el transnacionalismo y la super-diversidad (Vertovec 2007; Blommaert 2010), se han ido incorporando otros escenarios, tales como las ciudades globales, las sociedades multiculturales, los contextos migratorios, los *espacios contestados* ('territorios de lucha social'), los destinos turísticos, etc. Asimismo, se han ido perfeccionando las metodologías analíticas, que se han desplazado de la perspectiva cuantitativa a los enfoques cualitativos, y se han potenciado los estudios interdisciplinarios (desde la sociolingüística a diferentes ciencias sociales): en la actualidad, la investigación sobre el PL es un área que, aun siendo joven, ofrece una masa crítica de estudios rigurosos y de alcance internacional (entre otros, Backhaus 2006; Cenoz, Gorter 2006; Gorter 2006; Bagna *et al.* 2007; Shohamy, Gorter 2009; Pons Rodríguez 2011; Blommaert 2013; Castillo Lluch, Sáez Rivera 2013; Hélot *et al.* 2013; Barni, Bagna 2015; Rubdy, Ben Said 2015; Blackwood *et al.* 2016), y cuenta con una prestigiosa revista internacional dedicada específicamente al tema, *Linguistic Landscape*, que desde 2015 lleva publicando 3 números cada año.

A la luz del trabajo realizado, sin embargo, la definición inicial debería matizarse. Sin lugar a dudas se trata de una definición útil y potente por su sencillez, que conjuga los dos elementos constitutivos de la etiqueta, lengua (*language*) y paisaje (*territory, region, or urban agglomeration*), es decir, lingüística y geografía; pero habría que añadir la estrecha imbricación de la lengua con otros elementos icónicos. De hecho, la multimodalidad, es decir, la presencia simultánea de palabras, imágenes e iconos es otro componente esencial del PL. Esta instancia queda reflejada en publicaciones como *Semiotic Landscapes* (Jaworski, Thurlow 2010), que combinan la investigación lingüística con las artes visuales, y con el estudio de las prácticas espaciales y de los cambios generados por el capitalismo global y la creciente mediatización. En todo caso, cabe adoptar un enfoque abarcador, que tenga en cuenta la multimodalidad de los signos que componen el PL y sus posibilidades combinatorias (Kress, van Leeuwen, 2006), sin que esto suponga minusvalorar la centralidad de la lengua como requisito para que se pueda hablar de PL, ni renunciar a una denominación que asigna a la lengua

una innegable y motivada primacía.

Por lo que se refiere a los criterios de análisis, se destaca, ya desde el estudio de Landry y Bourhis (1997), la diferenciación entre un PL *top down* ('de arriba abajo') y un PL *bottom up* ('de abajo arriba'). El primero comprende los mensajes producidos por las instituciones, con finalidades informativas o regulativas; constituye un acto de autoridad y marca relaciones de poder (Blommaert, Maly 2014), que en algunos casos pueden llevar al conflicto. Asimismo, el PL de arriba abajo puede afirmar y transmitir valores, desarrollar políticas educativas, etc.

El PL *bottom up* comprende desde los signos visibles en el ámbito de comercios y otras iniciativas a cargo de distintos actores sociales hasta el conjunto de signos informales que ocupan todos los intersticios disponibles, de forma lícita o ilícita: carteles de eventos y pequeños anuncios pegados a los escaparates, postes y otros soportes visibles, graffiti, etc.¹ El PL de *abajo arriba*, cumple, además de las finalidades informativas, una amplia gama de funciones simbólicas y persuasivas, tales como llamar la atención de los clientes, negociar identidades, expresar afiliación o protesta, etc.

Entre otros desafíos metodológicos que plantea el estudio del PL, se destaca la necesidad de definir y limitar la unidad de análisis. Las primeras investigaciones se basaban en la noción de *signo*, que se aplicaba a todo elemento situado dentro de un marco espacial definido e identificable. Franco Rodríguez (2013, p. 112) propone la noción de *texto*, que define de esta manera: "LL [linguistic landscape] text is any piece(s) of writing composed by the same actor with a focal content related to that actor and displayed on a circumscribed space in the public domain", poniendo entonces el acento en el actor social más que en el signo mismo.

También se ha observado que en buena parte de los casos, los signos (o textos) se encuentran reunidos en bloques más o menos estructurados. De ahí que se haya propuesto una clasificación jerárquica que parte de la *unidad*, entendida como porción de PL atribuible al mismo actor, independientemente de su complejidad, para identificar sucesivamente las distintas subunidades de las que se compone (Cenoz, Gorter 2006), como se verá más en detalle en la Sección 3.

¹ Entre otros estudios sobre estos elementos del PL, ver Landone (2015), Morant Marco y Martín López (2017). También Ariolfo (2017), en un estudio dedicado al PL genovés, toma en consideración los textos informales.

2. El PL en los contextos migratorios: reterritorialización y negociación de identidad

En una época caracterizada por la movilidad y la globalización, se han formado comunidades diaspóricas (Appadurai 1996), que residen – aunque sea provisionalmente – en un lugar, manteniendo contactos transnacionales con el país de origen y con otros grupos en diferentes sitios, a la vez que se relacionan con las otras comunidades presentes en el país de destino. En estos contextos, el PL puede ser marcador de los procesos de reterritorialización y negociación identitaria. De acuerdo con el modelo del *Ethnographic Linguistic Landscape Analysis* (ELLA), consideramos que los signos del PL pueden también *demarcar* espacios destinados al uso público de la lengua hablada (Blommaert, Maly 2014).² Asimismo, nos pueden proporcionar datos relevantes sobre las actividades que desarrollan las comunidades inmigrantes; su voluntad de actuar en el entorno y visibilizarse, o bien mantenerse al margen; las nuevas formas de plurilingüismo y las prácticas comunicativas que caracterizan la realidad social; los fenómenos de hibridación lingüística y cultural, entre otros aspectos. Todo esto, naturalmente, en relación dinámica con las políticas lingüísticas y las actitudes de la sociedad de acogida, así como de las otras comunidades con las que conviven.

En definitiva, el estudio del PL contribuye a superar la noción tradicional de contacto lingüístico dentro de un espacio estático, haciendo hincapié en las lenguas como recursos móviles para crear identidades y relaciones.

Si partimos del supuesto de que la identidad es un constructo social que se va delineando a lo largo de la interacción (Bamberg *et al.* 2006; De Fina 2011; Márquez Reiter, Martín Rojo 2015), no podemos por menos que destacar el carácter performativo e indexical del PL, que muestra y señala palabras, iconos y otros símbolos cargados de valores identitarios, empezando por la elección misma de la lengua. Cada unidad de PL se convierte en un *lugar* para afirmar y compartir afiliación, memoria cultural, voluntad de integración; ofrece entonces un ejemplo del fenómeno que algunos estudiosos definen *local occasioning* (De Fina 2011), según el cual la construcción identitaria no solo depende del contexto, sino que contribuye a crearlo: en el espacio que demarca el PL, los actores van tomando posición ante la sociedad y los diferentes posibles destinatarios. Dicho en otras palabras, se crean *escenarios discursivos* (Lozano *et al.* 2009; Maingueneau 2012) para la negociación de identidades y para la gestión del plurilingüismo.

² También Landry y Bourhis (1997), por otra parte, destacan la importante función del PL en el mantenimiento de la L1.

Estos espacios creados se sitúan dentro de la dimensión local (tramo de calle, barrio, ciudad, etc.), pero guardan también una relación más o menos evidente con otros espacios evocados, en una perspectiva transnacional, de *in-betweenness*: es decir, están situados en un *tercer espacio* creado entre diferentes culturas (Bhabha 1996). Van Dijk (2012) sostiene que el contexto es un constructo cognitivo mediante el cual los interlocutores reconocen experiencias y percepciones comunes, que otorgan sentido a la situación comunicativa. El PL actúa en un doble sentido: hacia la realidad local y en la dimensión diaspórica.

En cuanto al PL *top down*, en los contextos migratorios se evalúan los efectos de la política lingüística promovida por las instituciones (o su ausencia), que puede dar lugar al que podríamos definir *plurilingüismo de cortesía*, es decir, el uso simultáneo de algunas de las lenguas de la inmigración para transmitir informaciones o instrucciones de carácter general. Estos avisos multilingües se encuentran a veces en espacios abiertos, pero también en el interior de oficinas públicas e instituciones de vario tipo (hospitales, registro civil, asociaciones de vecinos, asociaciones voluntarias, escuelas, etc.).

3. Objetivos y metodología. El PL *latino* de Milán

Italia es, después de España, el destino principal de la diáspora latinoamericana en Europa, presente también, aunque en menor medida, en otros países como el Reino Unido (Ambrosini, Queirolo Palmas 2005; Márquez Reiter, Martín Rojo 2015). En conjunto, los latinoamericanos residentes en Italia ascienden a cuatrocientas mil unidades, que se concentran en el centro-norte y, en particular, en ciudades como Milán y Génova. La comunidad más fuerte y mejor asentada resulta ser la peruana, seguida por la ecuatoriana; en la Tabla 1 se ve la distribución de la población inmigrante en Lombardía desde 2001. Perú y Ecuador se encuentran entre las nacionalidades más representadas; frente a un aumento espectacular en la primera década del nuevo milenio,³ en los últimos años se asiste a una contracción, más sensible en el caso de los ecuatorianos, debido a la mejora de las condiciones de vida en el país de origen y a la política nacional en favor del ‘retorno’. La comunidad peruana se mantiene estable, confirmando su arraigo en el territorio.

³ Este aumento suscitó el interés de varios sociólogos y antropólogos que han centrado sus investigaciones en estos grupos (Ambrosini, Queirolo Palmas 2005; Boccagni 2009; Bugli 2009; Caselli 2009).

	2001	2011	2016
Rumanía	14 800	172 200	197 100
Marruecos	58 400	131 800	116 000
Albania	41 100	118 600	115 100
Egipto	31 900	83 700	91 100
China	22 200	59 500	76 100
Filipinas	31 200	62 800	68 500
Ucrania	1 300	53 900	62 600
India	11 800	56 600	57 400
Perú	19 400	53 700	53 200
Ecuador	6 100	50 200	46 700

Tabla 1

Población de origen extranjero en Lombardía en 2001, 2011 y 2016 (Datos ORIM).

En cuanto a los otros colectivos latinoamericanos, en Lombardía sobresalen brasileños (15 050), bolivianos (12 550), salvadoreños (12 450), dominicanos (7600), cubanos (5450), colombianos (4800) y argentinos (2250); los demás grupos cuentan con un total de 19 850 unidades, asimismo en 2016. Desde el punto de vista lingüístico, el español se confirma como una de las principales lenguas de la inmigración, después del rumano, del chino y del árabe; la presencia respectiva en el PL depende, entre otros aspectos, del tipo de actividades que desarrollan las distintas comunidades. Las lenguas más recurrentes son el chino (por ejemplo, en restaurantes, tiendas de productos electrónicos y peluquerías) y el árabe (por ejemplo, en carnicerías, tiendas de alimentos, panaderías y pizzerías), mientras que el rumano resulta poco visible. Los latinoamericanos, por su parte, exhiben una presencia activa en el sector de la restauración; además, como veremos, carteles de eventos (música, baile y otros espectáculos) y anuncios informales en esta lengua tienden a ocupar todos los resquicios disponibles del espacio público, proyectando una imagen colectiva que tiene en la música y en las celebraciones festivas sus rasgos más evidentes. Este dato está en sintonía con los resultados de otras investigaciones dedicadas a la diáspora latinoamericana, que hacen hincapié en cómo la emigración y los procesos de re-territorialización han fomentado la creación de una identidad *latina* emergente, que se caracteriza precisamente por la propensión a los ritos colectivos del baile y de la comida, y a la celebración de eventos festivos (De Fina 2015).

De acuerdo con los datos que proporciona el Ayuntamiento de Milán, los latinoamericanos tienen una presencia difusa en toda la ciudad – aunque mínima en el centro histórico (Municipio 1) –, con una mayor concentración

en la periferia norte (Municipio 2 y Municipio 9).⁴ Se destaca, en particular, la porción del Municipio 2 que comprende las calles al norte de Piazza Loreto, entre Viale Monza y Via Padova. Desde hace unos años, este sector se viene llamando NoLo (North of Loreto), un acrónimo con el que se quiere destacar el potencial innovador de la zona más multiétnica de la ciudad, marcada por una super-diversidad que asusta y produce rechazo, pero es también generadora de transformaciones y creatividad. En este barrio, aumenta también el número de artistas, escritores y creativos que lo eligen por su dinamismo, y se registran iniciativas en favor de la convivencia, a pesar de que en los periódicos la narración dominante sigue siendo la de la violencia de las *pandillas*.

En todo caso, la población de origen latinoamericano está presente también en otras zonas de la ciudad de forma bastante uniforme. Las comunidades se visibilizan también en los eventos colectivos que se celebran en la calles, desde las reuniones en los parques – que suelen producir tensión con la población autóctona por el ruido nocturno – a las ceremonias nacionales (por ejemplo, las fiestas patrias de Ecuador en agosto) y religiosas (como la procesión del Señor de los Milagros en el último domingo de octubre), y a las manifestaciones políticas. Se trata de colectivos jóvenes – debido también a las frecuentes reagrupaciones familiares, que incrementan el número de los menores –, con una mayoría de mujeres, que a menudo han sido iniciadoras de la cadena migratoria, y que trabajan principalmente en el sector de los servicios y en el comercio; un dato, este último, en estrecha relación con su visibilidad en el PL.

Los aspectos lingüísticos relacionados con la inmigración hispanoamericana en Italia han sido objeto de varios estudios, que han puesto de manifiesto la tendencia a usos lingüísticos mixtos, con una preponderancia del español en los dominios familiares y del italiano en la actividad laboral, y a prácticas lingüísticas híbridas, en las que las dos lenguas se entremezclan. Si en los inmigrantes de primera generación se mantiene vigente el español,⁵ junto con sucesivas interlenguas de italiano, en las segundas generaciones el italiano tiende a convertirse en la lengua principal, mientras que el español va asumiendo carácter de *lingua de herencia*, cuyo uso se reduce a los intercambios orales dentro de la familia. Sin embargo, se dan varias situaciones intermedias, incluida la recuperación de la lengua de origen mediante diferentes prácticas sociales (grupos de baile, actividades laborales, etc.) (Bonomi 2010, 2016; Chiaramonte, Mariottini 2013; Calvi 2016a).

⁴ Véanse los datos disponibles en <http://sisi.comune.milano.it/> (2.03.2018).

⁵ En el español hablado por estos inmigrantes es evidente el influjo de la lengua dominante, el italiano, muy visible, sobre todo, en los préstamos léxicos y en la penetración de los marcadores del discurso (Calvi 2015a).

En cuanto al PL *latino*, los primeros estudios (Calvi 2015b, 2016b, 2017a; Uberti-Bona 2016)⁶ han puesto de manifiesto la emergencia de una identidad *latina* que encuentra en los aspectos ya señalados (comidas, fiesta, baile) sus rasgos más sobresalientes; a pesar de que no se anulan las identificaciones más específicamente nacionales (“El mejor amigo de un peruano es otro peruano”, se lee en el interior de una tienda que vende alimentos), se afirman también elementos comunes, tanto con respecto a la comunidad de acogida como en contraposición con otros grupos inmigrantes de distinta procedencia. En el PL, la lengua se convierte en un instrumento para demarcar un espacio destinado al intercambio y al uso oral de la lengua (Calvi 2016b); el acto mismo de la denominación (de restaurantes, tiendas, etc.) es una práctica social generadora de significados y valores identitarios (Casagrande 2013).

En el ámbito del Dipartimento di Scienze della Mediazione linguistica e di Studi interculturali de la Universidad de Milán se han dedicado varios proyectos al estudio del español hablado por los inmigrantes hispanoamericanos en Milán y Lombardía. El que se ha venido desarrollando desde 2015, *Lingua e migrazioni. Lessico, discorso e paesaggio linguistico* (PSR 15-17, Linea 2), se centra también en el PL. A este propósito, se ha creado una base de datos para la catalogación de las fotos recogidas. Dicha base de datos, que se implementó en 2017, es deudora de la que se creó en el proyecto de la Università per Stranieri di Siena (Bagna *et al.* 2007).

En la clasificación se combinan criterios geográficos (localización), sociológicos (categorías y contextos) y lingüísticos (géneros textuales). También se tiene en cuenta la articulación interna de cada unidad, que comprende:

- unidad: porción de PL atribuible al mismo actor, dentro de un marco espacial definido, de una categoría o de un contexto (comercio, restaurante, evento público, etc.);
- subunidad: cada una de las unidades menores, como los escaparates de una tienda;
- signo: cada uno de los elementos reconocibles en el ámbito de la misma unidad (letrero, cartel, menú, etc.) o expuestos de forma autónoma en soportes independientes (como los anuncios personales en los postes de la luz).

Por lo tanto, las imágenes se clasifican de acuerdo con los siguientes datos: localización, fecha de recogida y nivel jerárquico correspondiente (unidad,

⁶ Estos estudios son también de los pocos dedicados, más en general, al PL milanés; entre los trabajos anteriores solo podemos recordar Vettorel y Franceschi (2013), dedicado al uso comercial del inglés, Landone (2015), sobre los *graffiti*, Desoutter y Gottardo (2016) sobre el PL chino.

subunidad, signo), y se describen a partir del número de lenguas presentes y su relevancia visual (Kress, van Leeuwen 2006). Desde este punto de vista, se distinguen la(s) lengua(s) prominente(s), por su posición (por ejemplo, el letrero principal), y las lengua(s) dominante(s), por la cantidad de texto.

Con el objetivo de ofrecer un modelo más detallado para la descripción lingüística de las unidades de PL, nos proponemos analizar las tipologías de alternancia entre las lenguas presentes en las distintas unidades de PL. Sin descartar los criterios visuales que rigen el posicionamiento de las lenguas en el marco espacial, queremos profundizar en las modalidades de gestión del plurilingüismo. Es bastante raro, en efecto, encontrar unidades monolingües en español; la elección puede ser exclusiva en el ámbito de un solo signo: aun así, la huella del italiano es evidente por lo menos en algún préstamo. Tampoco es fácil encontrar ejemplos de uso exclusivo del italiano en unidades que remitan a las culturas hispánicas, que tienden a manifestarse por lo menos en algún elemento verbal (por ejemplo, *latino*). En la Sección 4 se ofrecerá un modelo para la descripción y clasificación de las distintas formas de contacto lingüístico entre español e italiano apreciables en el PL.

4. La gestión del plurilingüismo en el PL *latino*: *translanguaging*, hibridación, traducción y mediación

La diversidad lingüística es uno de los aspectos más llamativos del PL, no solo en las áreas de bilingüismo consolidado: entre otras razones, la presencia de lenguas distintas se debe a fenómenos como los procesos migratorios, la globalización y el turismo; puede obedecer a una motivación práctica (por ej., proporcionar información en una lengua internacional como el inglés) pero también simbólica e identitaria, como ya se ha visto en la Sección 2. Cuando se habla de función simbólica, además, cabe distinguir entre la simple evocación de los valores asociados a una lengua y a determinados productos (por ejemplo, el inglés como lengua de la globalización y de la modernidad, el italiano como lengua de la gastronomía, etc.) y la negociación identitaria activa dentro de un escenario discursivo. Media mucha distancia, en otras palabras, entre la mercantilización (*commodification*, Heller 2003) de las lenguas en lugares públicos donde dichas lenguas no se hablan, y la creación de un espacio para su uso activo.⁷

La gestión del plurilingüismo en el PL presupone, por parte de los actores, cierto grado de conciencia lingüística relativa a las lenguas en contacto, así como de conciencia metapragmática (*metapragmatic awareness*,

⁷ Sobre el uso del inglés ver Vettorel y Franceschi (2013); para los valores asociados a la lengua italiana en el extranjero ver, por ejemplo, Gallina (2016).

Caffi 2017), es decir, la capacidad de elegir las palabras más adecuadas dentro de una situación comunicativa.

Las estrategias empleadas para la gestión del plurilingüismo en el PL *bottom up* son muy variadas, como ya se ha señalado en Calvi (2017a). Aquí nos planteamos elaborar un modelo completo, incluyendo las dos opciones extremas: monolingüismo en la lengua extranjera y monolingüismo en la lengua dominante en la sociedad de acogida.

Las diferentes elecciones, naturalmente, pueden estar más o menos influidas por las políticas lingüísticas adoptadas en el espacio urbano. En Milán, por ejemplo, sigue vigente un desatendido reglamento de policía que prevé el uso obligatorio y exclusivo de la lengua italiana, con la posibilidad de añadir elementos en otra(s) lengua(s), siempre que estén traducidos al italiano. Este reglamento ni se conoce ni se obliga a respetarlo, con el resultado de una vacilación que depende, en buena medida, de las preferencias de los actores.

Veamos entonces los distintos casos de contacto interlingüístico que se pueden rastrear en el PL, con algunos ejemplos extraídos del PL milanés.⁸

4.1. Monolingüismo en la L1 (lengua de la inmigración)

Hablamos de monolingüismo en la(s) lengua(s) de la inmigración para las unidades de PL que excluyen completamente el uso de la lengua dominante (o las lenguas oficiales, en las zonas bilingües) en el espacio de referencia; el italiano, en el caso que nos ocupa.

Esta opción no es la más frecuente, sobre todo entre lenguas distantes; a veces, el monolingüismo se limita a un signo sin interesar a toda la unidad. Sin embargo, en el caso de lenguas más cercanas, como italiano y español, sí se encuentran algunos ejemplos, como en el caso del restaurante El Ceviche del Rey (Imagen 1), que presenta sus especialidades solo en español; la única estrategia para facilitar la comprensión es el empleo de una imagen para cada plato. Tampoco encontramos huellas visibles del italiano, que serían exponentes de fenómenos de hibridación.

Es evidente que una elección de este tipo muestra la voluntad de privilegiar como receptora a la comunidad interesada, y, en concreto, a la peruana en el ejemplo propuesto. La lengua común incluye como posibles destinatarios también a otros hispanoamericanos, pero tampoco excluye a los italianos, debido a la afinidad interlingüística, de la que estos hablantes

⁸ Las fotos comentadas en el presente trabajo se tomaron entre diciembre de 2014 y junio de 2015; pertenecen, por lo tanto, a un corpus piloto que se creó antes de la implantación de la banca de datos. Algunas de estas fotos ya han sido comentadas en anteriores trabajos; aquí confluyen en una visión de conjunto más amplia y coherente. Todas ellas son fotos tomadas por la autora.

suelen tener clara conciencia (Calvi 2015a). Es más, esta elección se convierte en un recurso para marcar la autenticidad.



Imagen 1
Menú del restaurante El Ceviche del Rey.

4.2. Translanguaging

El *translanguaging*⁹ es una práctica bilingüe de negociación de significados en contextos de super-diversidad que se define como la capacidad de los bilingües de emplear su entero repertorio lingüístico de forma estratégica (García, Wei 2014). Este concepto procede de una visión ‘heterodoxa’ del bilingüismo, asentada en los estudios neurolingüísticos que hacen hincapié en la creación, en el hablante bilingüe, de un repertorio dinámico de recursos, que el hablante utiliza de forma activa (García, Otheguy 2014); se traduce en un nuevo enfoque educativo, basado en la explotación de los distintos recursos que posee el hablante bilingüe. Bajo este prisma, pierden vigencia algunos conceptos tales como el de *code switching*, al considerar que el hablante, más que pasar de un sistema a otro, los gestiona de forma dinámica y simultánea. Sin embargo, tampoco se puede descartar el peso de la norma y de la conciencia metalingüística del hablante, que a menudo se siente,

⁹ A pesar de que existe la forma española *translenguar*, preferimos emplear el anglicismo.

efectivamente, entre dos lenguas que tiende a mezclar, pero que considera como sistemas separados.¹⁰

El concepto de *translanguaging* se presta especialmente para su aplicación al PL, tal como ya lo han hecho Cenoz y Gorter (2015). Entre las razones que aconsejan su uso, se destaca, en primer lugar, el valor activo que subraya la forma verbal en *-ing*: a diferencia de las formas nominales generalmente empleadas para describir los fenómenos de contacto, basadas en el sistema más que en el agente, esta etiqueta hace hincapié en la acción que cumple el hablante mediante la lengua; un aspecto que, como se ha dicho, es inherente a la elección de las lenguas que se exhibe en el PL, en función de los distintos destinatarios. En segundo lugar, esta denominación expresa de forma más incisiva la simultaneidad entre los elementos lingüísticos utilizados, mientras que las etiquetas como la de *code switching* remiten inevitablemente a una secuencia de operaciones.

En definitiva, hablamos de *translanguaging* cuando en el ámbito de una unidad de PL encontramos secciones en lenguas diferentes que no traducen los mismos contenidos de una lengua a otra, sino que contienen mensajes distintos, dirigidos a diferentes destinatarios. De esta manera, el actor elige entre los diferentes modelos de interacción disponibles los más adecuados para los diferentes destinatarios potenciales; por ejemplo, como se verá en la Sección 5, envía a la comunidad más directamente implicada un mensaje que favorezca la afiliación o manifieste cierto posicionamiento, y a la población autóctona, o de otra procedencia, una invitación a acercarse a un mundo que no conoce directamente.

En la Imagen 2, por ejemplo, encontramos una amplia gama de lenguas (italiano, inglés, español, rumano, francés y árabe), mediante la cual el gestor de la agencia de viajes pretende alcanzar múltiples destinatarios. Aunque recurren los distintos equivalentes de la misma forma (español: “boletos aereos”, francés: “billet d’avion”, inglés: “air ticket”, rumano: “biletul d’avion”), no podemos hablar, en rigor, de traducción; cada signo presenta cierta autonomía en la organización de la información. Es evidente, ante todo, que la agencia se dirige a la población migrante (y no a los italianos en busca de destinos turísticos exóticos), y que la opción multilingüe no tiene como objetivo el de facilitar la comprensión: a este efecto, habría sido suficiente emplear el inglés o el italiano como *lingua franca*. Lo que se pretende, en cambio, es favorecer la identificación con el área lingüístico-cultural de

¹⁰ Paradis (2004) considera que el cerebro bilingüe no presenta ningún mecanismo que no esté disponible también para los monolingües; traducir de un sistema a otro no es una operación diferente de la de parafrasear, y el cerebro trata de la misma manera tanto las desviaciones de la norma como los elementos que coinciden con el uso de los nativos. Sin embargo, a pesar de que aboga por la existencia de un único sistema conceptual, este autor considera que las diferentes lenguas se almacenan en el cerebro por separado.

pertenencia, evocar una familiaridad con los distintos mundos de origen, en apoyo a la indicación geográfica.



Imagen 2

Escaparate de la agencia de viajes Elegant Holiday Travel & Services.

Aunque el *translanguaging* puede limitarse a un solo signo dentro de una unidad más amplia, esta estrategia se aplica, por lo general, a la unidad entera, al ser expresión de una actitud del actor, que se repercute en la totalidad del texto. Precisamos, por último, que la definición de *translanguaging* que manejamos tiene un valor fundamentalmente operativo; el debate sobre su alcance conceptual, en efecto, sigue abierto.

4.3. Hibridación lingüística

Como se ha visto en el apartado anterior, la palabra *translanguaging* connota el uso simultáneo de distintos recursos lingüísticos, con la intención de producir diferentes significados y posicionamientos. Tampoco podemos descartar, sin embargo, la ocurrencia de los distintos fenómenos propios del contacto, tales como interferencias, préstamos y formas híbridas (entre otros, Appel, Muysken 2005; Austin *et al.* 2015), máxime en el caso de lenguas afines, y en ausencia de instrucción formal (Vietti 2005; Di Gesù 2016).

Hablamos entonces de hibridación lingüística dentro de una unidad (o signo) de PL cuando aparecen formas híbridas o préstamos de la lengua dominante (o de otras lenguas), más o menos adaptados a la lengua receptora.

Estos elementos son reveladores de los fenómenos de variación que atañen a las lenguas de la inmigración, sobre todo en el caso de préstamos consolidados y recurrentes, representativos de la implantación de una variedad étnica. Asimismo, se encuentran ejemplos de fenómenos interferenciales debidos al influjo de la L1 cuando se emplea la lengua de la comunidad receptora, sin que sea posible, algunas veces, distinguir entre una y otra.

En parte, estos fenómenos son un reflejo del contacto, y son muy evidentes sobre todo en los anuncios informales, menos sometidos al control, como se ve en las imágenes 3 y 4. La Imagen 3 representa un anuncio pegado a un poste, en el que se ofrece un *posto letto* ('cama') dentro de un piso compartido: es este uno de los préstamos de mayor difusión en el español hablado por los inmigrantes hispanoamericanos en Italia, revelador de la acción de las redes familiares y amicales en el modo de vida. En la Imagen 4 se presentan servicios odontológicos de bajo coste, en una especie de dialecto híbrido en el que italiano y español se funden en un todo inextricable.



Imagen 3
Anuncios personales pegados a un poste.



Imagen 4
Cartel pegado a un contenedor.

Tampoco faltan algunos ejemplos de formas híbridas que no se configuran como fenómenos interferenciales involuntarios, sino que parecen, más bien, el resultado de la voluntad deliberada de acercar lenguas y culturas. En la Imagen 5, por ejemplo, la denominación “Cartolería & Piñatería” une las dos lenguas en una creación novedosa, al combinar la palabra italiana, más ‘neutra’, con la española (de origen italiano, por cierto), representativa de la comunidad: una *piñatería* es, en el Perú sobre todo, una tienda especializada en todos los artículos aptos para las fiestas, cuyo alcance identitario ya ha sido recalcado. A pesar de los valores simbólicos asociados, siguiendo las indicaciones del párrafo anterior, no podemos hablar en este caso de *translanguaging*: no se trata de mensajes simultáneos en lenguas diferentes, dirigidos a destinatarios diversos, sino de una creación única.



Imagen 5
Letrero de la papelería Milena Fiesta.

4.4. Traducción

Hablamos de traducción dentro de un signo o unidad de PL cuando encontramos formas equivalentes y yuxtapuestas en dos o más lenguas, elegidas con la intención de hacer comprensible el mismo mensaje a comunidades diferentes. Como se ha dicho, esta sería la estrategia recomendada en el reglamento de policía de Milán para el uso de lenguas diferentes del italiano.

En realidad, se trata de una práctica poco común, sobre todo en el caso de lenguas afines; aparte el *translanguaging* y la hibridación, en efecto, cuando se expresa el mismo mensaje en lenguas diferentes lo que se realiza es, más bien, una forma de mediación intercultural: es decir, se adapta el mensaje al destinatario o se facilita la comprensión de términos culturales, palabras opacas en la perspectiva de la otra lengua, etc., como se verá en la Sección 4.5.

Hablamos de traducción en sentido estricto cuando se contraponen palabras o frases equivalentes, aunque, si bien se mira, suele haber siempre alguna forma de adaptación intercultural. Es el caso de los comercios chinos o árabes, que a menudo presentan una disposición alterna de las dos lenguas (chino / italiano o árabe / italiano), mostrando la voluntad de realizar un acto de traducción; aunque, generalmente, un análisis más detenido revela que la

simetría no es completa. En la Imagen 6, por ejemplo, la colocación de las palabras hace pensar en una traducción, pero no hay equivalencia completa entre las dos lenguas: en árabe se lee “Carnicería al-Nur islámica”, mientras que el elemento *islámica*, muy relevante para los musulmanes, en italiano no aparece. En la parte inferior, en cambio, se ofrece una simple transliteración de *mini market*, siguiendo el orden del árabe: *market mini*.¹¹



Imagen 6
Letrero de la carnicería El Nour.

También se ha rastreado un ejemplo bastante insólito de traducción entre español e italiano: el nombre del día de cierre de un restaurante, *martedì*, acompañado por el equivalente español ‘martes’ (Imagen 7). Normalmente, en este tipo de avisos con carácter legal prevalece el italiano; la traducción al español no se justifica por la oscuridad del término, sino por la voluntad de puntualizar la opción bilingüe.

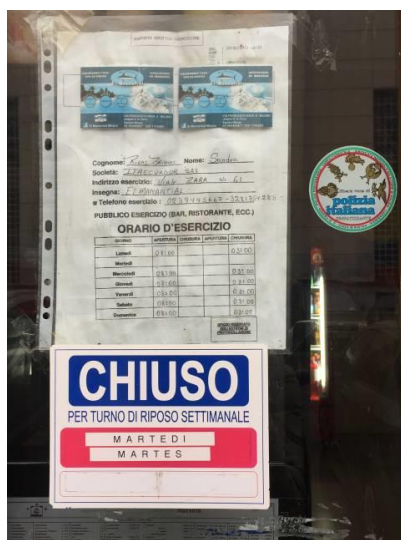


Imagen 7
Cartel del restaurante El Manantial con el día de cierre.

¹¹ Le debo la traducción de las palabras en árabe a mi colega Letizia Osti.

4.5. Mediación (informal)

El de *mediación lingüística (y cultural)* es un concepto que se emplea con frecuencia desde hace algunos años para referirse a un conjunto de estrategias que facilitan la comunicación entre personas pertenecientes a distintas culturas, o en situaciones de conflicto (el término, en efecto, procede del ámbito jurídico), tales como la interpretación informal, la paráfrasis, el resumen de textos en lenguas diferentes, etc.; también se aplica dentro del *Plan curricular* del Instituto Cervantes a este tipo de actividades (Trovato 2016). Aunque el término *mediación* se emplea a veces como hiperónimo que comprende tanto la traducción como la interpretación, destacando el peso de los factores interculturales, esta actividad se distingue de la traducción propiamente dicha en que no supone necesariamente la transferencia de (más o menos) todos los contenidos, sino de una parte de ellos; asimismo, la profesión de mediador implica una mayor autonomía que la de intérprete en sentido estricto (Calvi 2017b).

Como se ha anticipado en la Sección 4.4, llamamos *mediación* al uso de lenguas diferentes dentro de una misma unidad o signo de PL, para que el mensaje alcance comunidades diferentes. Esta estrategia se distingue del *translanguaging* – que, como se ha visto, consiste en alternar las lenguas para dirigirse a comunidades diferentes –, en que expresa la voluntad de hacer comprensible el mismo mensaje a comunidades diferentes. Frente a la traducción, esta opción es reveladora de la conciencia de diversidad (o afinidad) lingüística y cultural: consiste, por ejemplo, en introducir alguna explicación de términos culturales; en traducir solo las palabras opacas, contando, para el resto del mensaje, con la posibilidad de intercomprensión; o en adaptar el mensaje a los destinatarios, en función de sus referentes culturales.

El calificativo de *informal* que acompaña entre paréntesis al término *mediación* es una especificación que sirve para distinguir esta práctica de la profesión del mediador, que requiere una preparación específica. Lo mismo podría decirse de la traducción, pero esta palabra tiene mayor difusión dentro de la lengua general. Los actores que llevan a cabo esta práctica en el PL, por supuesto, no son conscientes de la diferencia entre las dos actividades, aunque sí manifiestan una evidente sensibilidad intercultural.

Las estrategias de mediación son muy frecuentes, por ejemplo, en el caso de los menús de los restaurantes (no solo en el PL), como se verá en la Sección 5.

4.6. Monolingüismo en la L2

Por último, por monolingüismo en la L2 entendemos el uso exclusivo de la lengua (o lenguas) de la comunidad de acogida, que para el inmigrante es la L2. Se trata, naturalmente, de la estrategia más asimiladora, que puede

depender de razones prácticas y comerciales, es decir, de la voluntad de acercarse, de forma culturalmente neutral, al mayor número de destinatarios. El italiano que se emplea, sin embargo, es a menudo un italiano de contacto, con formas no normativas, como se ve en la Imagen 8, en la que leemos *casalinga* en lugar de *casalinghi* (‘ama de casa’ y ‘artículos para el hogar’, respectivamente); y *electricica* en lugar de *elettricista*.



Imagen 8

Letrero de una tienda de alimentos y artículos para el hogar.

Sin embargo, en este, al igual que en ejemplos análogos, los dueños de la tienda no son latinoamericanos sino árabes: en los comercios *latinos*, en efecto, suele ser visible alguna ‘seña’ de identidad.

La clasificación que acabamos de presentar, como se ha dicho, tiene una finalidad fundamentalmente operativa, y no pretende acotar con exhaustividad el alcance conceptual de los términos elegidos. Cabe añadir que, a menudo, las distintas modalidades conviven dentro de una misma unidad; pero creemos que las líneas esbozadas permiten avanzar en la descripción de estas facetas del contacto lingüístico. En la Sección 5 se aplicará el modelo a la descripción de una unidad compleja de PL.

5. Análisis de una unidad de PL: el restaurante El chorrillano

El restaurante El Chorrillano se fundó en el año 2002, cuando arrancaba el boom de la inmigración peruana en Milán; se asoma a Via Ferrante Aporti, una calle fronteriza entre el barrio de NoLo y las vías del ferrocarril, en las cercanías de la Estación Central. En una entrevista que se grabó en julio de 2015, el dueño nos informó de que el restaurante tiene una clientela mixta, que comprende peruanos, latinoamericanos de distintas nacionalidades (argentinos en particular), italianos y extranjeros de varias procedencias (sobre todo rusos). Los camareros son todos peruanos, porque los clientes de esta nacionalidad “son muy exigentes”; en nuestra visita, pudimos comprobar que se trataba de inmigrantes recién llegados, lo cual confirma que las

actividades regidas por los peruanos residentes se convierten en foco de atracción para nuevos flujos. En la perspectiva de la población autóctona, se trata de un restaurante de buena calidad, que se valora como “auténticamente peruano”.¹²

La unidad ocupa una porción bastante amplia del espacio público, y comprende cuatro subunidades (Imagen 9): la unidad principal, que se analizará a continuación, y otras tres unidades menores. Estas comprenden, además de dos pegatinas publicitarias de escaso interés, los respectivos letreros, en los que se lee, de izquierda a derecha: RESTAURANTE; PERUVIANO; EL CHORRILLANO.¹³ Llama la atención la forma italiana *peruviano*, en lugar del equivalente ‘peruano’, que se combina con el término español “restaurante” y el nombre propio del mismo. Tenemos entonces un ejemplo de hibridación, que funciona aquí como *indicio contextualizador* (Gumperz 1982), que establece las diferentes escalas del marco interaccional, desde una dimensión local, en la que la identidad nacional no se da por asumida sino que se tiene que negociar (*peruviano*), a una geografía periférica, que tiene en el gentilicio Chorrillano (de Chorrillos, un distrito marino de la provincia de Lima) su proyección transnacional.



Imagen 9
El restaurante El Chorrillano.

¹² En las reseñas de TripAdvisor pueden leerse títulos como los siguientes: “Veramente Perù”, “Un pezzo di Perù a Milano”, “Esperienza autentica”. https://www.tripadvisor.it/Restaurant_Review-g187849-d2629061-Reviews-El_Chorrillano-Milan_Lombardy.html (23.01.2018).

¹³ Mantengo en la transcripción las mayúsculas que aparecen en el original.



Imagen 10
La unidad principal del restaurante.

La unidad principal (Imagen 10) presenta un marco muy sencillo, que comprende tres bloques principales de signos: 1) el letrero, en la parte superior; 2) el menú, situado en el escaparate de la izquierda; 3) cuatro anuncios de eventos, debajo del menú. Al lado se evidencia el color azul chillón de la puerta de entrada, con algunos dibujos de temas marinos. En su conjunto, se puede clasificar como ejemplo de *translanguaging*, al utilizar deliberadamente lenguas distintas para dirigirse a destinatarios distintos.

El letrero, a su vez, contiene el logo del restaurante, acompañado de otro elemento que se sitúa en el marco del contexto local: “dal 2002”, es decir, el periodo de actividad desde la fundación (‘desde 2002’). Resalta por su impacto visual el mensaje verbal que plasma la imagen de un local destinado al encuentro de grupo: “Disfruta en familia de los mejores momentos en el mejor lugar”. En el letrero principal, por lo tanto, sobresale el español como lengua dominante y prominente; solo la forma italiana ya comentada impide que, en el ámbito de este signo, se pueda hablar de monolingüismo en la L1 (aunque en la perspectiva del destinatario se interpretará como tal). Su prominencia, en todo caso, es muy notable, y contribuye a demarcar un contexto local para las prácticas sociales propias de la comunidad, incluido el uso oral de la lengua. Entre las identidades disponibles, se elige la de las fiestas familiares; durante la entrevista, el dueño confirmó que inicialmente hizo hincapié en la primacía del local como paraíso del ceviche (“el mejor ceviche de Milano”), pero cuando este plato empezó a tener más difusión y calidad también en otros sitios, eligió un posicionamiento identitario distinto. Para la comunidad interesada, el mensaje favorece la identificación con ciertos valores compartidos; para los demás, puede ser visto como un índice de autenticidad.

El menú (Imagen 11 y 12) ofrece un ejemplo ilustrativo de mediación informal. Para el armazón general prevalece el italiano, lengua en la que se introducen las distintas secciones: *antipasti* (‘entremeses’), *antipasto pesce* (‘entremeses de pescado’), *specialità della casa* (‘especialidades de la casa’),

dessert ('postres'), *bibite alcoliche* ('bebidas alcohólicas'), *bibite analcoliche* ('bebidas sin alcohol'); se acude al español solo en el caso de los términos culturales: "ceviches", "menu' criollo". Aparte de algunas formas comprensibles pero poco usuales (*antipasto pesce* en lugar de *antipasti di pesce*, *bibite alcoliche* en lugar de *alcolici* o *bevande alcoliche*), se evidencia la voluntad de dar prioridad a la lengua de la mayoría, y sobre todo de acercarse a los destinatarios que no conocen el español ni, mucho menos, los platos peruanos: en efecto, en la denominación y descripción de los platos, se alternan las dos lenguas (además de algunas ocurrencias del inglés) en diferentes relaciones, como se verá. El propósito principal es el de facilitar la comprensión, tal como reafirmó el dueño a lo largo de la entrevista, precisando que hizo recurso a la ayuda de un amigo italiano (desde luego, no un profesional); pero se ve, al mismo tiempo, que la conciencia de proximidad hace descartar una traducción palabra por palabra, que hubiera resultado redundante. Por esto hablamos, en conjunto, de mediación, como estrategia de gestión del bilingüismo entre lenguas afines, gracias también a la intercomprensión (Calvi 2017b).



Imagen 11
El menú del restaurante El Chorrillano.



Imagen 12
Otro detalle del menú.

El caso más recurrente es el de un término original que se explica mediante el listado de los ingredientes principales: por ejemplo, “arroz chaufa de carne” se desglosa como “*riso, carne, salsa di soia, salsiccia, uova, spezie varie*”. Si nos acercamos a mirar con lupa, veremos cómo, en el marco de esta mediación, caben también ejemplos de otras modalidades. Son frecuentes los casos, supuestamente involuntarios, de hibridación, como *the a la pesca* en lugar de *alla pesca*; asimismo, algunas palabras están traducidas (por ejemplo, “arroz”, se suele traducir por ‘riso’ y “rocoto” por ‘peperoncino’). También se detectan algunas incongruencias como “limonada”, que se traduce por ‘zumo di limone’: en italiano, *zumo* es inexistente; quizá se haya elegido este término, común en el español peninsular, en lugar de *jugo*, más frecuente en las variedades americanas, por considerarlo más comprensible en la perspectiva europea. Tampoco queda muy claro por qué se ha traducido “chicha morada” por ‘mais morado (viola)’, combinando una reformulación poco acertada (la chicha no es maíz, sino una “bebida alcohólica que resulta de la fermentación del maíz”, según el DRAE) y una traducción de la palabra más opaca.

Otro elemento llamativo del menú es la advertencia final, que se notifica en italiano, pero que está dirigida a la comunidad, habida cuenta de la notoria propensión de algunos al exceso de alcohol: “*Attenzione. Soltanto 4 birre a tavola*”. Esta formulación resulta ambigua, puesto que *a tavola* tiene valor genérico; lo que se quiere decir es, más bien, *per ogni tavolo* (es decir, ‘Se servirán como máximo 4 cervezas para cada mesa’). En todo caso, el valor prescriptivo del mensaje resulta clarísimo para la comunidad: el local promociona los encuentros festivos, pero censura los abusos. El hecho de que este fragmento esté en italiano se puede explicar en el marco italianizante del texto, pero tiene al mismo tiempo un valor performativo al estigmatizar el comportamiento de algunos miembros de la comunidad en el país de acogida.

Los cuatro anuncios de eventos constituyen el segmento más efímero del PL, que varía al albur del calendario. El emisor no es el dueño del restaurante sino la entidad organizadora; de hecho, los mismos anuncios se encuentran en otros lugares, tanto en comercios como en soportes autónomos, de acuerdo con una difusión capilar de estas campañas publicitarias. Pero la inclusión, por parte del actor, de dichos materiales, es una señal de pertenencia y de la voluntad de crear un espacio de identificación afectiva con la comunidad. Los cuatro anuncios presentes en el momento de la foto se referían, en tres casos, a eventos musicales (conciertos de cantantes peruanos o grupos salseros, festivales, etc.) y en uno a la publicación de *Guía latina*, un catálogo informativo (iniciativas, eventos, actividades comerciales, etc.) de gran difusión entre los inmigrantes hispanoamericanos. Las lenguas utilizadas son, alternativamente, el italiano, en el caso de los eventos de interés más general (como el International LatinFiexpo, un festival de música

latinoamericana que se celebra cada verano, muy conocido también entre los italianos), y el español,¹⁴ para los mensajes dirigidos más específicamente a la comunidad. De especial interés es el anuncio de la actuación del grupo salsero Josimar y su Yambu en el Boulevard Latino, una discoteca situada en Via Padova, la principal arteria del barrio punta de la inmigración *latina*, NoLo.



Imagen 13
Cartel de evento musical.

En el cartel reproducido en la Imagen 13, se lee: “Desde Perú por fiestas patrias llega a Milano-Italia el mejor grupo salsero del momento”: es, por lo tanto, un aviso monolingüe, a excepción del topónimo Milano, que señala la contextualización geográfica, extendida desde el ámbito local al nacional (Italia), como si el grupo estableciera una línea de continuidad entre el lugar de origen y el país de destino.

En definitiva, las distintas estrategias de alternancia lingüística adoptadas en esta unidad de PL dan fe de una eficaz gestión del plurilingüismo, que resulta funcional a los objetivos comerciales (atraer clientes), pero es asimismo reveladora de una conciencia metapragmática que se asienta en la percepción intercultural.

6. Conclusiones

El estudio del PL es de suma utilidad para esclarecer el comportamiento de los hablantes en situaciones de contacto lingüístico, tanto en la perspectiva de la gestión del plurilingüismo como desde el punto de vista de la acción social, dentro de un contexto que los hablantes mismos contribuyen a configurar performativamente. El modelo que se ha presentado toma en consideración

¹⁴ Con algunas peculiaridades americanas, como la indicación “p.m.” que sigue al horario.

no solo los criterios visuales (lenguas más o menos prominentes por la posición que ocupan) y numéricos (lenguas más o menos dominantes por el número de signos) sino también la relación entre las lenguas en contacto, a partir de las principales modalidades de alternancia y su funcionalidad pragmática.

La de *translanguaging* resulta ser la etiqueta más abarcadora, que se puede aplicar a la unidad en su conjunto, cuando se vislumbran señales de uso estratégico de las lenguas como recurso para dirigirse a diferentes destinatarios, con variadas finalidades comunicativas y pragmáticas; dentro de los distintos signos, esta estrategia puede combinarse con otras formas de alternancia. Hibridación y mediación son las modalidades más recurrentes en el caso de lenguas afines como español e italiano, pero incluso entre lenguas distantes la traducción puede asumir un carácter de mediación cultural (aunque este tipo de análisis excede los propósitos del presente trabajo).

El análisis del PL también permite enfocar la percepción del contacto lingüístico en contextos migratorios (Caravedo 2014); en el caso de español e italiano, esto supone la conciencia de las afinidades, que facilitan la intercomprensión. Asimismo, los hablantes tienen conciencia de la distancia intercultural, ante la cual muestran actitudes que oscilan desde la voluntad de acercamiento al aislamiento, como sugiere la opción monolingüe en la L1.

El modelo descrito se presta para ser aplicado a análisis cualitativos en profundidad, pero también puede adoptarse para clasificaciones de tipo cuantitativo, con vistas, por ejemplo, a comparar las estrategias más utilizadas por colectivos diferentes dentro de un mismo lugar, a distintas escalas (calle, barrio, ciudad, etc.).

En la unidad analizada, la gestión del plurilingüismo se enmarca en el ámbito del *translanguaging*, puesto que las dos lenguas se alternan en mensajes dirigidos a una pluralidad de destinatarios. Más en detalle, en el nivel de los signos, se oscila entre el monolingüismo casi completo en la L1 y la mediación, sobre una base italiana, con el propósito de atraer a la población local hacia otra cultura, a través de sus símbolos identitarios, ofrecidos en sus manifestaciones más auténticas y no meramente mercantilizadas. También se encuentran, en segmentos menores, ejemplos de hibridación y de traducción. Cabe recalcar, por último, el valor contextualizador de los topónimos utilizados.

En el presente trabajo se ha demostrado la viabilidad del modelo en el análisis de un caso específico, para el futuro se evaluarán las posibles aplicaciones a escala cuantitativa.

Nota biográfica: Maria Vittoria Calvi, catedrática de Lengua española de la Università degli Studi di Milano, tiene una larga experiencia en la investigación y en la docencia universitaria; es directora de la revista *Cuadernos AISPI. Estudios de lenguas y literaturas hispánicas*. Es autora de numerosos estudios de lingüística española, dedicados principalmente a la lingüística contrastiva de español e italiano y a las lenguas de especialidad, con especial atención por la lengua del turismo (*Lengua y comunicación en el español del turismo*, 2006; *Guía de viaje y turismo 2.0: Los borrosos confines de un género*, 2016; *The Language of Tourism in New Travel Guides: Discursive Identities and Narratives*, 2017). Entre sus líneas de investigación más recientes, cabe destacar el contacto entre español e italiano en contextos migratorios (*La alternancia anche / también en el español hablado por inmigrantes hispanoamericanos en Italia*, 2016) y el paisaje lingüístico (*La oralidad en el paisaje lingüístico latinoamericano en Milán*, 2016).

Dirección de la autora: maria.calvi@unimi.it

Bibliografía

- Ambrosini M. e Queirolo Palmas L. (eds.) 2005, *I latinos alla scoperta dell'Europa. Nuove migrazioni e spazi della cittadinanza*, FrancoAngeli, Milano.
- Appadurai A. 1996, *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Appel R. and Muysken P. 2005, *Language Contact and Bilingualism*, Amsterdam Academic Archive, Amsterdam.
- Ariolfo R. 2017, *Visibilidad y percepción del español en el paisaje lingüístico genovés*, in "Lingue e Linguaggi" 21, pp. 7-25.
- Austin J., Blume M. and Sánchez L. 2015, *Bilingualism in the Spanish-Speaking World. Linguistic and Cognitive perspectives*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Backhaus P. 2006, *Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape*, in "International Journal of Multilingualism" 3 [1], pp. 52-66.
- Bagna C., Barni M. e Vedovelli M. 2007, *Lingue immigrate in contatto con lo spazio linguistico italiano: il caso di Roma*, in "Studi italiani di linguistica teorica e applicata" 36 [2], pp. 333-364.
- Bamberg M., De Fina A. and Schiffrin D. (eds.) 2006, *Discourse and Identity*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Barni M. and Bagna C. 2015, *The critical turn in LL: New methodologies and new items in LL*, in "Linguistic Landscape" 1 [1/2], pp. 6-18.
- Bhabha H.K. 1996, *Culture's In-Between*, in Hall S. and du Gay P. (eds.), *Questions of Cultural Identity*, SAGE, London, pp. 53-60.
- Blackwood R., Lanza E. and Woldemariam H. (eds.) 2016, *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, Bloomsbury Academic, London.
- Blommaert J. 2010, *The Sociolinguistics of Globalization*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Blommaert J. 2013, *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*, Multilingual Matters, Bristol.
- Blommaert J. and Maly I. 2014, *Ethnographic Linguistic Landscape Analysis: a Case Study*, in "Tilburg Papers in Culture Studies" 100, pp. 1-27.
- Boccagni P. 2009, *Tracce transnazionali. Vite in Italia e proiezioni verso casa tra i migranti ecuadoriani*, FrancoAngeli, Milano.
- Bonomi M. 2010, *Entre divergencia y acomodación: el caso de los inmigrantes hispanos en Barcelona y Milán*, in "Lengua y Migración" 2 [2], pp. 49-66.
- Bonomi M. 2016, *Lengua e identidad transnacional en las comunidades latinas en Italia*, in "Spanish in Context" 13 [3], pp. 323-342.
- Bugli V. 2009, *Diventare latinas e latinos a Milano*, in Napolitano E.M. e Visconti L.M. (eds.), *Cross Generation Marketing*, Egea, Milano, pp. 1-18.
- Caffi C. 2017, *La mitigazione: tappe di un itinerario di ricerca*, in *Normas* 7 [1], pp. 4-18. <https://ojs.uv.es/index.php/normas/article/view/10421/9713> (30.12.2017).
- Calvi M.V. 2015a, *Cambio de código y conciencia bilingüe en entrevistas a inmigrantes hispanoamericanos en Italia*, in "RIL Revista Iberoamericana de Lingüística" 10, pp. 5-31.
- Calvi M.V. 2015b, *Orizzonti multiculturali nel paesaggio linguistico milanese*, in Calvi M.V. e Perassi E. (eds.) 2015, *Milano: città delle culture*, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma, pp. 467-476.
- Calvi M.V. 2016a, *Spagnolo e italiano nelle seconde generazioni di migranti ispanofoni in Italia*, "Quaderns d'Italia" 21, pp. 45-62.

- Calvi M.V. 2016b, *La oralidad en el paisaje lingüístico latinoamericano en Milán*, en Bañón Hernández A.M., Espejo Muriel M.^aM., Herrero Muñoz-Cobo B. y López Cruces J.L. (eds.), *Oralidad y análisis del discurso. Homenaje a Luis Cortés Rodríguez*, Editorial Universidad de Almería, Almería, pp. 123-139.
- Calvi M.V. 2017a, *Cibo e identità nel paesaggio linguistico Milanese*, in Bajini I., Calvi M.V., Garzone G. e Sergio G. (eds.), *Parole per mangiare. Discorsi e culture del cibo*, LED, Milano, pp. 215-237.
- Calvi M.V. 2017b, “Intercomprensión y mediación lingüística entre español e italiano”, en Martínez-Paricio V. y Pruñonosa-Tomás M. (eds.), *Intercomprensión románica*, LynX Annexa 23, Universitat de València, València, pp. 89-105.
- Caravedo R. 2014, *Percepción y variación lingüística. Un enfoque sociocognitivo*, Iberoamericana/Vervuert, Madrid/Frankfurt am Main.
- Casagrande M. 2013, *Introduzione*, in Casagrande M. (ed.), *Procedure di naming nel paesaggio linguistico canadese*, Tangram, Trento, pp. 11-18.
- Caselli M. 2009, *Vite transnazionali? Peruviani e peruviane a Milano*, FrancoAngeli, Milano.
- Castillo Lluch M. y Sáez Rivera D.M. (eds.) 2013, *Paisajes lingüísticos en el mundo hispánico*, Sección temática de “Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana RILI” 21.
- Cenoz J. and Gorter D. 2006, *Linguistic Landscape and Minority Languages*, in “International Journal of Multilingualism” 3 [1], pp. 67-80.
- Cenoz J. and Gorter D. 2015, *Translanguaging and linguistic landscapes*, in “Linguistic Landscape. An International Journal” 1 [1/2], pp. 54-74.
- ORIM - Osservatorio Regionale per l’Integrazione e la Multiethnicità, *Rapporto 2016. l’immigrazione straniera in Lombardia*, <http://www.ismu.org/wp-content/uploads/2017/02/RapportoORIM2016.pdf> (30.12.2017).
- Chiaromonte S. e Mariottini L. 2013, *La migrazione latinoamericana in Italia: la lingua delle seconde generazioni*, in “Studi italiani di linguistica teorica e applicata” 3, pp. 505-520.
- De Fina A. 2011, *Discourse and Identity*, in Van Dijk T.A. (ed.), *Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*, Sage, London, pp. 263-282.
- De Fina, A. 2015, *Language Ideologies and Practices in a Transnational Community: Spanish-Language Radio and Latino Identities in the US*, in Márquez Reiter R. and Martín Rojo L. (eds.), *A Sociolinguistic of Diaspora. Latino Practices, Identities, and Ideologies*, Routledge, New York, pp. 48-64.
- Desoutter C. e Gottardo M. 2016, *Il paesaggio linguistico delle Chinatown di Milano e Parigi: non solo i cinesi scrivono in cinese*, in “Mondi migranti” 2, pp. 203-222.
- Di Gesù F. 2016, *Linguistica contrastivo-percettiva di lingue tipologicamente affini: italiano e spagnolo*, Palermo University Press, Palermo.
- Franco Rodríguez J.M. 2013, *An Alternative Reading of the Linguistic Landscape: The Case of Almería*, in Castillo Lluch M. y Sáez Rivera D.M. (eds.), *Paisajes lingüísticos en el mundo hispánico*, Sección temática de “Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana RILI” 21, pp. 109-134.
- Gallina F. 2016, *The Italian Language in the Tanzanian LL: Between the Italian Way of Life and Mass Tourism*, in Blackwood R., Lanza E. and Woldemariam H. (eds.), *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, Bloomsbury Academic, London, pp. 37-51.
- García O. and Otheguy R. 2014, *Spanish and Hispanic bilingualism*, in Lacorte M. (ed.), *The Routledge Handbook of Hispanic Applied Linguistics*, Routledge, New York,

- pp. 639-658.
- García O. and Wei L. 2014, *Translanguaging: Language, Bilingualism and Education*, Palgrave Macmillan, New York.
- Gorter D. (ed.) 2006, *The Study of the Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Gumperz J. 1982, *Discourse Strategies*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Jaworski A. and Thurlow C. 2010, *Semiotic Landscapes. Language, Image, Space*, Bloomsbury, London.
- Heller M. 2003, *Globalization, the New Economy, and the commodification of language and identity*, in "Journal of Sociolinguistics" 7 [4], pp. 473-492.
- Hélot C., Barni M., Janssen R. and Bagna C. (eds.) 2013, *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*, Peter Lang, Frankfurt.
- Kress G. and van Leeuwen T. 2006, *Reading images. The Grammar of Visual Design*, Routledge, London.
- Landone E. 2015, *Polilinguismo nella scrittura murale urbana. Note sulla lingua spagnola*, in "Lingue e Linguaggi" 15, pp. 177-199.
- Landry R. and Bourhis R.Y. 1997, *Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study*, in "Journal of Language and Social Psychology" 16, pp. 23-49.
- Lozano J., Peña-Marín C. y Abril G. 2009, *Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual*, Cátedra, Madrid.
- Maingueneau D. 2012, *Analyser les textes de communication*, Armand Colin, Paris.
- Márquez Reiter R. and Martín Rojo L. (eds.) 2015, *A Sociolinguistics of Diaspora. Latino Practices, Identities, and Ideologies*, Routledge, New York.
- Morant Marco R. y Martín López A. 2017, *Tatuajes urbanos. Los susurros, murmullos y gritos de la ciudad*, Tirant Humanidades, Valencia.
- Paradis M. 2004, *A Neurolinguistic Theory of Bilingualism*, John Benjamins, Amsterdam/Philadelphia.
- Pons Rodríguez L. 2011, *Hispanoamérica en el paisaje lingüístico de Sevilla*, in "Itinerarios" 13, pp. 97-129.
- Rubdy R. and Ben Said S. (eds.) 2015, *Conflict, Exclusion and Dissent in the Linguistic Landscape*, Palgrave Macmillan, London.
- Shohamy E. and Gorter D. (eds.) 2009, *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, Routledge, New York.
- Trovato G. 2016, *Mediación Lingüística y enseñanza de español/LE*, Arco/Libros, Madrid.
- Van Dijk T.A. 2012, *Discurso y contexto*, Gedisa, Barcelona.
- Vertovec S. 2007, *Super-diversity and its implications*, in "Ethnic and Racial Studies" 30 [6], pp. 1024-1054.
- Vettorel P. and Franceschi V. 2013, *English and lexical inventiveness in the Italian linguistic landscape*, in "English Text Construction" 6 [2], 238-270.
- Vietti A. 2005, *Come gli immigrati cambiano l'italiano. L'italiano di peruviane come varietà etnica*, FrancoAngeli, Milano.
- Uberti-Bona M. 2016, *Esempi di eteroglossia nel paesaggio linguistico milanese*, in "Lingue Culture Mediazioni/Languages Cultures Mediation" 3 [1], pp. 151-166.